
DYNAMISEUR
DE MARQUES
SADER
ÉTANCHEITÉ
BAIN
CUISINE

DYNAMISEUR DE MARQUES...

Notre objectif est de démultiplier l'impact de vos marques et d'accroître les ventes de vos produits, contribuer à la valeur ajoutée de votre entreprise par l'innovation, le management de la créativité et l'enthousiasme.

P'RÉFÉRENCE...

Une agence indépendante qui depuis vingt ans a développé près de 8 000 produits grand public.

Bon nombre ont affiché des taux de croissance entre 20% et 40% de parts de marché.

UNE ÉQUIPE... 35 PERSONNES...

Qui s'investissent à vos côtés pour :

- Créer de nouveaux produits,
- Développer des innovations,
- Assurer votre succès.

DESTINATION CLAIRE, FONCTION PRÉCISE, MODE D'EMPLOI SIMPLE ET RASSURANT...

« Réaliser des joints parfaitement étanches autour d'une baignoire ou d'une fenêtre, coller durablement un objet sur un mur ou deux différents matériaux entre eux, sont des travaux qui paraissent relativement simples. Pourtant, ces tâches, souvent indispensables à l'entretien de la maison, sont réputées d'une nature anxiogène pour les bricoleurs occasionnels. La première raison de leur inquiétude réside dans le choix du bon produit. Un packaging bien conçu doit leur éviter d'avoir à chercher désespérément un hypothétique vendeur dans le rayon pour se faire conseiller. Le nom du produit, les visuels doivent être précis quant à la destination et la fonction de la formule proposée. Face au bon produit, naît une nouvelle source de stress chez le néophyte, elle, due au manque d'expertise. Les informations en face avant et le mode d'emploi au verso, doivent apparaître extrêmement simples pour rassurer l'utilisateur quant à sa capacité à réaliser facilement et sans embûche le travail...», explique Fabrice Peltier

SADER, PACKAGING

Sader est un acteur historique du rayon des colles de bricolage. La marque a largement contribué à rendre accessibles au grand public des technologies éprouvées dans différents secteurs de l'industrie et chez les professionnels du bâtiment. Son credo est de faciliter la gestuelle de collage avec des produits d'une très grande efficacité. Forte de cette image reconnue par les distributeurs et par les consommateurs, Sader peut aujourd'hui légitimement étendre son offre sur un marché majeur, celui de l'étanchéité.

Sader a demandé à P'Référence - Dynamiseur de Marques de concevoir les décors des packagings de ses nouveaux produits. Le challenge est complexe. La marque doit immédiatement faire comprendre aux consommateurs qu'elle est aussi légitime sur le marché de l'étanchéité, avec le respect des valeurs qui font son succès : simplicité de compréhension et d'utilisation.

Malgré la contrainte du format de la cartouche, conditionnement principal de la gamme, l'agence s'est attachée à proposer des décors très visuels qui offraient une lisibilité optimale du nom du produit. Le client indécis est parfaitement orienté et renseigné pour faire son choix en rayon.

RÉSULTATS

« L'arrivée de SADER a donné de la fraîcheur et de la clareté à ce marché. Notre gamme séduit de nombreux distributeurs, elle leur offre de nouvelles clés de succès :
- Une gamme complète de 43 produits pour toutes les étanchéités intérieures et extérieures.
- Des packaging explicites, des produits prêts à vendre, qui répondent aux interrogations des consommateurs, sans aide extérieure.
- Des formats qui correspondent aux attentes des utilisateurs : la cartouche pour les bricoleurs expérimentés, le système gâchette pour les bricoleurs occasionnels dits « du dimanche », le tube pour les dépannages.
- Un merchandising simplifié grâce aux codes couleurs et à la canule de chaque cartouche qui correspond à la teinte du produit contenu.
Nous sommes certains que ces packagings vont contribuer à nous aider à devenir un acteur incontournable de ce marché. », *conclut Alexandra Pointard, chef de marque Sader.*



LES CLEFS DU PACKAGING



P'RÉFÉRENCE REND CLAIRE ET LIMPIDE LA GAMME ÉTANCHÉITÉ DE SADER...